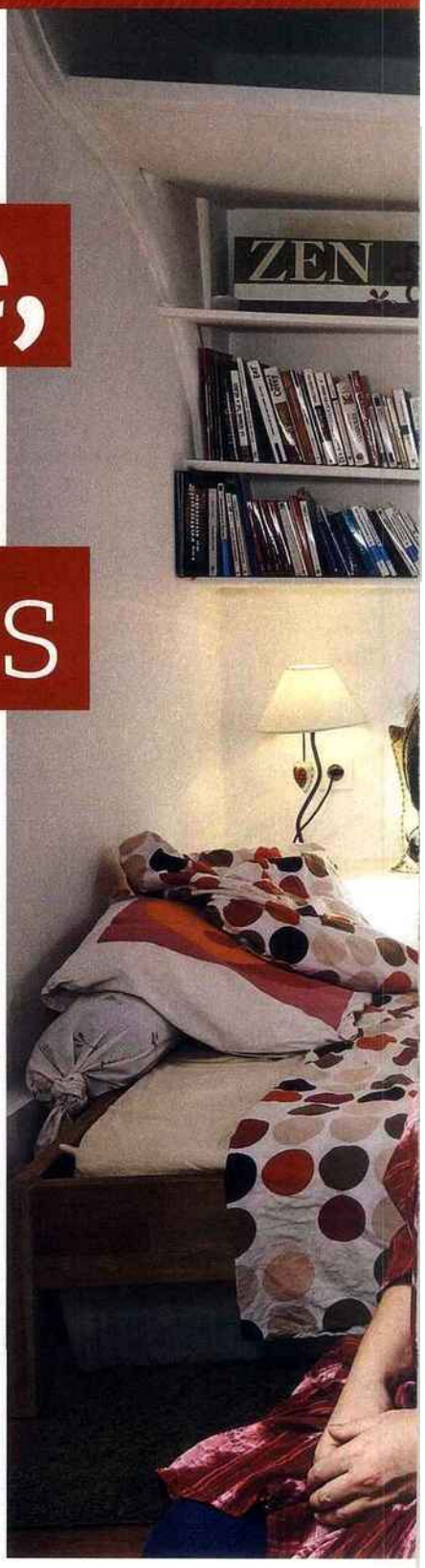
Liaisons Sociales
MAGAZINE
1 RUE EUGENE ET ARMAND PEUGEOT
92856 RUEIL MALMAISON CEDEX - 0 825 300 302

NOV 14
Mensuel
OJD : 17584

Surface approx. (cm²) : 4979
N° de page : 22-30

BlaBlaCar, Airbnb, Ulule, Zilok...

Le partage, c'est aussi du business



Transport, hébergement, bricolage..., les nouveaux venus de la conso collaborative ont le vent en poupe. Entre échange et vrai business, ces trublions, nourris par la crise et le Web, déstabilisent les entreprises traditionnelles. //

Par ***Stéphane Béchaux***
Photos : Bruno Levy

Non, les pépites de la *share economy* n'ont rien inventé. Franchement rien. Les consommateurs français n'ont pas attendu l'avènement des sites Web Leboncoin, BlaBlaCar, Airbnb, KissKissBankBank ou Zilok pour partager, échanger ou revendre des biens et des services. Que celui qui n'a jamais prêté sa voiture, emprunté une perceuse, acheté un vélo d'occasion, sous-loué son trois-pièces ou investi dans l'entreprise du beau-frère lève la main ! Sans le savoir, voilà donc belle lurette que les Français pratiquent la « consommation collaborative » et participent à l'essor de cette économie dite « participative » ou « du partage ». Le phénomène n'a plus rien de marginal. On estime que près de deux tiers d'entre eux se seraient déjà adonnés à ces nouvelles pratiques.

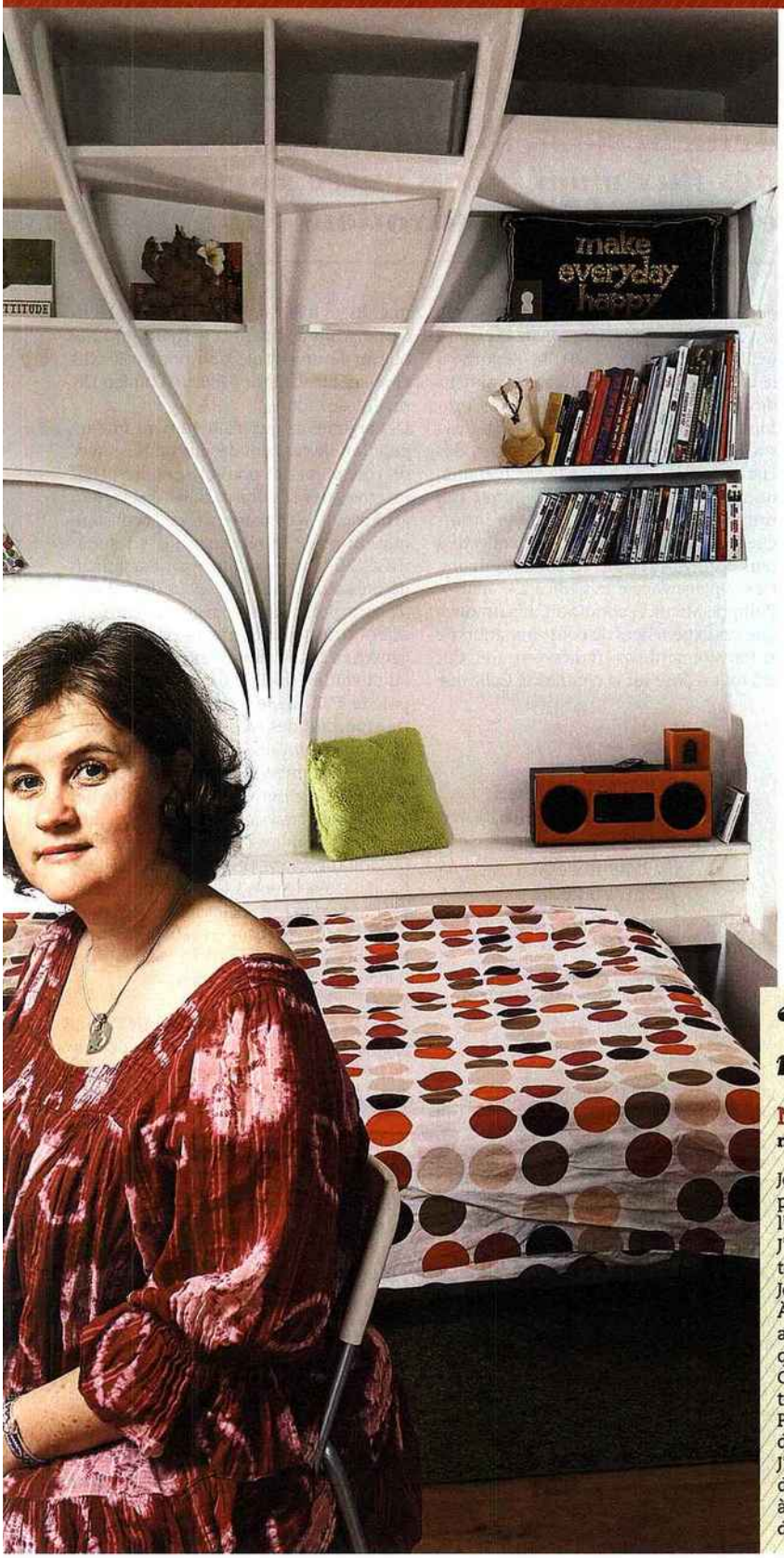
Toutes sortes d'écoles s'affrontent sur le périmètre, les concepts et la sémantique de ce modèle émergent. Faut-il y inclure la plate-forme américaine Uber, qui offre une solution alternative aux taxis mais ne partage rien du tout ? Ou le site Web La Ruche qui dit oui !, qui rapproche consommateurs et producteurs locaux en contournant les supermarchés ? De même, peut-on mettre dans le même panier l'accueil gratuit d'un *couchsurfer* dans son appartement et la location payante de sa résidence principale ? « L'économie du partage est un concept un peu fourre-tout, avec une teinte souvent moralisatrice. Il n'est pas facile

Tous droits réservés à l'éditeur

Liaisons Sociales MAGAZINE
1 RUE EUGENE ET ARMAND PEUGEOT
92856 RUEIL MALMAISON CEDEX - 0 825 300 302

NOV 14
Mensuel
OJD : 17584

Surface approx. (cm²) : 4979
N° de page : 22-30



d'en dessiner les contours», confirme Antonin Léonard, cofondateur de OuiShare, un think tank dédié à cette économie.

CONSOMMATEURS EFFRÉNÉS. Ce grand réceptacle ne rassemble pas seulement militants écolos et bobos, adeptes de la décroissance, du développement durable ou de la lutte contre l'obsolescence programmée. On y trouve aussi des consommateurs effrénés et des *fashion victims,* habitués à renouveler leur garde-robe ou leur équipement high-tech tous les six mois. Ou des travailleurs précaires qui jouent les taxis clandestins ou les faux artisans sans autre ambition que d'arrondir leurs fins de mois. «Derrière cette définition d'économie du partage se cachent des visions politiques et économiques radicalement différentes. Certains se situent dans la déconsommation, d'autres dans l'hyperconsommation. La seule chose qui rapproche tout le monde, c'est le numérique», affirme Damien Demailly, chercheur à l'Institut du développement durable et des relations internationales (Iddri).
De fait, sans les récentes innovations technologiques, la consommation collaborative n'aurait jamais dépassé le stade du vide-greniers, du covoiturage entre voisins ou de la bourse aux vêtements associative. Celle-là s'est nourrie de la révolution

"Je finance mes voyages"

NATHALIE CHAILLOU,
membre de Sejourning

Je loue mon deux-pièces sur Sejourning pour financer mes voyages depuis l'an dernier. Au début j'ai été débordée! J'aurais pu ne plus habiter chez moi tellement la demande était forte.
Je le loue dix à quinze semaines par an. À 60 euros la nuit, Paris devient abordable pour de nombreuses personnes qui ne peuvent plus se payer l'hôtel. Comme cette dame qui vient en formation au Cnam plusieurs fois dans l'année. Pour elle, c'est rentable. Et moi je fais des rencontres très intéressantes.
J'ai, depuis, découvert les services d'une autre plate-forme collaborative, à qui je confie la logistique du ménage, devenue un peu pesante à force.

Tous droits réservés à l'éditeur

Liaisons Sociales MAGAZINE
1 RUE EUGENE ET ARMAND PEUGEOT
92856 RUEIL MALMAISON CEDEX - 0 825 300 302

NOV 14
Mensuel
OJD : 17584

Surface approx. (cm²) : 4979
N° de page : 22-30

numérique pour bâtir de nouvelles offres on line qui font désormais trembler les acteurs économiques traditionnels. Et pas seulement les artisans taxis de Berlin, San Francisco et Paris, menacés par l'arrivée de chauffeurs indépendants connectés à des plates-formes de réservation. Les mastodontes, aussi, tremblent sur leurs fondations. À l'image des leaders mondiaux de l'hôtellerie Accor et Hyatt, déstabilisés par l'ascension spectaculaire d'Airbnb. Une start-up valorisée à près de 10 milliards d'euros, alors même qu'elle ne possède aucun des 800000 logements qu'elle propose à la location entre particuliers dans le monde entier. À l'image, également, des constructeurs automobiles, priés de repenser leurs offres pour satisfaire de jeunes urbains avides de solutions de mobilité, mais pas prêts à investir dans une voiture individuelle. À l'image, enfin, des géants du transport, telle la SNCF. Bousculé par l'émergence des sites Web de covoiturage, voilà le champion du rail forcé de concevoir sa propre plate-forme numérique, IDVroom. Avec la volonté de s'inscrire dans la révolution plutôt que de la subir.

REVENU D'APPOINT. Portée par les nouvelles technologies, l'économie du partage se nourrit aussi du marasme économique. En panne de pouvoir d'achat depuis la déconfiture boursière de 2008, les Français trouvent dans les nouveaux usages collaboratifs un moyen de maintenir, tant bien que mal, leur niveau de vie. «Avec la crise, les consommateurs ont revu leurs priorités et ont baissé en gamme pour acheter moins cher. Mais comme ces ajustements classiques ne suffisent pas, ils essaient aussi d'être malins en explorant de nouvelles voies», analyse Philippe Moati, coprésident de L'Observatoire Société et Consommation (L'Obsoco). Comment faire pour payer l'essence et le péage? Remplissons la voiture! Acheter un nouvel iPhone? Revendons l'ancien! Se loger à Barcelone? Louons notre appartement! Quelques clics suffisent désormais pour «marchandiser» ses biens. Sans grand risque, les plates-formes proposant toutes des outils sophistiqués pour vérifier la bonne réputation des membres.

Ces tendances pourraient s'avérer durables, quand bien même le PIB hexagonal reprendrait de la hauteur et le chômage piquerait du nez. «Les gens qui utilisent ces services prennent des habitudes, ces expériences leur plaisent. Il y a un effet cliquet, ils ne reviennent pas en arrière. Les acteurs économiques traditionnels n'ont pas le choix, ils vont devoir s'adapter à cette économie circulaire. Plutôt que de vendre des objets, ils devront demain offrir des services», analyse Anne-Sophie Novel, auteure de *la Vie share, mode d'emploi* (éditions Alternatives, 2013). Réponse à la crise, ces usages s'inscrivent aussi dans des évolutions sociologiques plus profondes. «Il n'y a pas un refus massif de la société de consommation de la part des Français mais une montée de la déception, un rejet des marques. Si vous offrez aux individus la possibilité de payer moins cher tout en donnant un sens collectif à leur consommation, ils sont preneurs. Ce couplage s'avère très efficace», analyse Philippe Moati. À condition, néanmoins, que ces expériences de consommation ne se transforment pas en mésaventures. Car ici, tout repose sur la confiance. Celle que vous mettez dans le conducteur inconnu qui vous transporte, ou du propriétaire qui vous loge...

Actuellement, l'immense majorité des flux monétaires entre particuliers échappe à toute taxation

35%
C'est le rythme annuel auquel devrait croître le marché mondial du covoiturage jusqu'en 2020.

5,6 milliards
d'euros, c'est le chiffre d'affaires qu'il devrait générer.

Source: cabinet Roland Berger.

Ce gros détail mis à part, les grandes entreprises ont donc du souci à se faire. Tout comme leurs salariés qui, ô schizophrénie, contribuent en tant que citoyens à mettre à bas ce vieux modèle capitaliste qui les fait vivre. Qui imagine qu'en covoiturant entre Rouen et Lille il met en danger le tonton cheminot? Ou qu'en sous-louant son appartement bordelais pour les vacances il menace sa cousine salariée chez Gîtes de France? Face à cette vague montante, bien malin qui peut prédire les évolutions futures. Quoi qu'en disent ses promoteurs, cette share economy n'est pas vertueuse par essence. Pas même pour l'environnement. «Pour que le covoiturage, par exemple, ait un impact écologique positif, encore faut-il que les prix pratiqués interdisent d'en faire une activité rentable. Sinon, vous augmentez le trafic automobile au détriment des transports collectifs et polluez davantage», illustre Damien Demailly, de l'Iddri.

Des arguments qui plaident pour une régulation de ces activités naissantes. Avec un rôle pivot des pouvoirs publics. Hier inactives, les administrations – Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) en tête – s'intéressent désormais de près au phénomène. Pour des raisons d'abord pécuniaires et réglementaires. Et pour cause. Qui déclare les revenus qu'il génère en louant son domicile sur Airbnb ou sa voiture sur Buzzcar? Personne! Qui paie la TVA sur les sommes gagnées en transportant des touristes via UberPOP? Personne non plus. «Toutes les administrations ont mis en place des cyberenquêteurs pour réaliser une veille des activités sur Internet. Nous avons signé des accords de coopération avec la police, les impôts, les douanes pour traquer les abus et les fraudes», assure-t-on à la DGCCRF. Il n'empêche, l'immense majorité des flux monétaires entre particuliers échappe à toute taxation. Notamment parce que leurs bénéficiaires restent anonymes.

ENJEUX FINANCIERS CROISSANTS. Tolérable sur de faibles volumes, cette opacité ne peut perdurer avec des enjeux financiers en croissance exponentielle. Encore moins quand les nouveaux acteurs taillent des croupières aux secteurs traditionnels qui, eux, paient taxes, cotisations et impôts... Une concurrence déloyale qui oblige les syndicats professionnels à arpenter les couloirs de Bercy. Dans leurs mallettes, des solutions parfois très simples. Telle celle prônée par André Gallin, président des loueurs de voiture de courte durée au sein du Conseil national des professions de l'automobile. «Chez Buzzcar ou OuiCar, 100% des loueurs sont des particuliers. Or ces sites disposent de systèmes informatiques très élaborés. Si on les obligeait à déclarer au fisc les revenus de leurs membres, cela ne leur poserait aucune difficulté technique», souligne-t-il. Une proposition pas très Web 2.0. Mais de nature à encadrer les pratiques. Et à contraindre les acteurs à... partager avec la collectivité. ◆

Tous droits réservés à l'éditeur

Liaisons Sociales MAGAZINE
1 RUE EUGENE ET ARMAND PEUGEOT
92856 RUEIL MALMAISON CEDEX - 0 825 300 302

NOV 14
Mensuel
OJD : 17584

Surface approx. (cm²) : 4979
N° de page : 22-30

JACQUES-FRANÇOIS MARCHANDISE
Directeur de la recherche et de la prospective de la Fondation Internet Nouvelle Génération (Fing)

"Le consommateur est devenu un concurrent sévère du salarié"

Comment expliquer le succès de la consommation collaborative ?
Quand on demande aux consommateurs pourquoi ils utilisent des services comme BlaBlaCar ou Leboncoin, pour les plus connus, ils répondent qu'ils cherchent à faire des économies. La crise, la question du pouvoir d'achat sont des éléments de réponse. On sait aussi que l'argument écologique est très puissant pour certains. La personne qui loue sa chambre d'amis pour améliorer l'ordinaire n'a pas les mêmes motivations que celle qui partage sa voiture pour réduire son empreinte carbone. Mais c'est sans doute la promesse de lien social qui transcende ces deux premiers facteurs. Depuis trente ans, avec l'essor du numérique, toutes les nouvelles propositions de sociabilité connaissent un vrai succès. On l'a vu avec le Minitel, on l'observe aujourd'hui avec les smartphones. Ce qui se joue avec la consommation collaborative, c'est l'idée qu'elle peut aussi être sociale. Le citoyen trouve une satisfaction à acheter ou à vendre des biens à des personnes qui ont les mêmes centres d'intérêt. Il a le sentiment d'enrichir sa sociabilité. On est ici dans une économie aussi collaborative que conversationnelle.

Pour partager, il faut posséder. Ne risque-t-on pas de renforcer les inégalités ?
De l'économie collaborative, on relève aujourd'hui son aspect monétisé. Via les plates-formes de mise en relation, des personnes qui possèdent un logement, une voiture peuvent louer leurs biens et s'assurer un revenu complémentaire. Dès les débuts du covoiturage on a assisté à la professionnalisation de certains particuliers. Mais beaucoup d'autres acteurs de cette économie restent sur le don, le prêt, la gratuité de l'échange. Et aujourd'hui personne n'est capable de dire quel modèle va l'emporter. On dispose de trop peu de données pour savoir si les citoyens espèrent se construire un vrai revenu d'appoint, ou si ces moyens numériques mis à disposition du plus grand nombre peuvent transcender les fractures sociales, économiques ou, au contraire, les renforcer.

Quelles nouvelles formes de revenu pourrait-on voir apparaître ?
Le modèle économique des plates-formes numérique est basé sur les *data*. Ces données que chacun produit chaque jour en marchant, en se pesant, en consultant des sites Internet, en discutant via les réseaux sociaux ont de la valeur. On pourrait imaginer que, demain, les citoyens vendent leurs données. Ces plates-formes financeraient alors une sorte de revenu universel d'existence en contrepartie de l'exploitation des informations. On pourrait aussi imaginer que, face à la volatilité de leurs clients, les plates-formes de partage leur proposent de devenir actionnaires. On parlera peut-être un jour de *sharecapitalisme*.

Si la nature des revenus change, le travail aussi…
Nous assistons au prolongement d'un mouvement né avec le numérique où le consommateur est devenu un concurrent sévère du salarié. Chez Amazon, l'internaute produit de l'information gratuitement en faisant la critique d'un livre. Chez Free, les clients s'entraident pour résoudre des problèmes techniques à travers des forums de discussion. C'est une forme de travail gratuit, une exploitation du consommateur qui ne dit pas son nom. Le fait nouveau avec la consommation collaborative, c'est que cette bascule du travail du salarié vers le consommateur est explicite. On ne se cache plus. C'est même l'une des promesses de cette économie qui favorise un marché du travail des petits boulots. Tant que cette part de travail participe au financement de notre modèle social, tout va bien. Mais certains services échappent au système de charges sociales sur lequel est bâti notre modèle. C'est sans doute le côté obscur de l'économie du partage. Dans le même temps, elle réinvente les notions de gratuité, de solidarité, de bien commun qui se sont étiolées au sein de nos sociétés. On tarde néanmoins à comprendre que nous allons sans doute vers une société où le salariat deviendra minoritaire.

Quel rôle l'État doit-il jouer ?
Une grande partie des activités de l'économie collaborative se place dans des champs surchargés de normes, comme le transport, le logement, le tourisme. Des champs hyperréglementés pour de très bonnes raisons, et notamment celle de la protection du consommateur. Le réglage de l'intervention publique est très difficile. On peut peut-être imaginer que la régulation de ces activités se fera à l'avenir à un niveau régional ou à l'échelle d'une métropole. Elle aura pour rôle d'éviter les abus, d'assurer plus de justice dans l'accès à ces services. De grandes villes commencent à travailler sur ces questions, comme Lyon, Lille ou Rennes. On commence à concevoir des appartements dédiés à la colocation, on pourrait aussi imaginer des villes qui proposent à leurs habitants de mettre à disposition leur automobile dans un parc partagé. //

Propos recueillis par A.-C.G.

Michel Labelle

Tous droits réservés à l'éditeur

Liaisons Sociales MAGAZINE
1 RUE EUGENE ET ARMAND PEUGEOT
92856 RUEIL MALMAISON CEDEX - 0 825 300 302

NOV 14
Mensuel
OJD : 17584

Surface approx. (cm²) : 4979
N° de page : 22-30

Transports

Taxis, loueurs, SNCF, tous concurrencés

Certaines entreprises ripostent en lançant leur propre offre de partage. //

Lorsque Nicolas, 46 ans, s'est inscrit sur UberPOP pour faire le chauffeur, son intention était claire. « C'était un complément de revenu, je pouvais gagner de 200 à 250 euros par semaine en roulant trois ou quatre demi-journées », indique ce producteur audiovisuel arrivé en fin de droits Unedic. Le tout au « black », sans carte ni assurance professionnelle. Sans même une quelconque formation, excepté une brève mise au point sur l'application qui calcule le montant de la course et un rappel que le client est roi. Le conducteur lambda, qui n'a aucuns frais à amortir sinon l'essence et l'entretien, voilà la nouvelle bête noire des taxis, déjà bousculés par la concurrence des VTC et la montée du covoiturage – en témoignent les 10 millions d'inscrits sur BlaBlaCar en Europe. Aux yeux du consommateur, « il n'y a pas de distinguo réel entre chauffeur professionnel et particulier », déplore Roméo Pestana, président de l'Association française des taxis. Sauf en matière de rémunération : selon la filiale française d'Uber, les conducteurs sous le statut UberPOP s'en sortiraient moins bien que les professionnels. La justice, saisie en France et dans plusieurs autres pays sur les conditions de la concurrence, s'arrache les cheveux sur ce cas très limite.

CONTRAINTES INÉGALES. D'autres acteurs se plaignent du business ouvert par le collaboratif. Comme les loueurs de véhicules, dont la clientèle est piquée par des plates-formes Internet comme OuiCar, Drivy ou Deways, qui organisent la location de voitures personnelles. « Il faut qu'on joue tous avec les mêmes règles. Le particulier doit lui aussi déclarer son chiffre d'affaires, payer la TVA et l'impôt, afficher les prix, se doter d'une assurance », estime ainsi André Gallin, président de la branche loueurs de courte durée du Conseil national des professions de l'automobile. Une réaction injustifiée, selon Nicolas Le Douarec, président exécutif de Buzzcar : « Nous éduquons les Français à la location, les acteurs traditionnels aussi en profitent. » Directeur général délégué de Rent a Car, Guilhem Mazzia confirme : « Le marché croît à mesure que l'usage croît. » D'ailleurs, son entreprise, comme Hertz ou Avis, lance une offre de voitures en libre-service. Avec, à la clé, des créations d'emplois.

Cet essor du collaboratif touche aussi la SNCF. Concurrencé par les offres de partage de voitures longue distance, l'opérateur est dans la riposte tous azimuts : il incite au covoiturage domicile-travail ou sur long trajet avec son propre site IDVroom. Pour rendre le train attractif, il propose aussi aux clients du porte-à-porte, via des centrales de VTC comme Allocab ou SnapCar, mais aussi… des chauffeurs salariés. Le groupe les trouve chez Navendis, qui en compte 200. « En 2014, on en avait une cinquantaine en équivalent temps plein pour la SNCF, note Nordine Iguedjtal, son directeur général. D'ici un à trois ans, ce chiffre pourrait tripler. » ◆ **C.A.**

"Plus de 500 passagers en deux ans"

THIERRY O., utilisateur de BlaBlaCar

Cadre commercial, je travaille la semaine à Boulogne-Billancourt mais je rentre à Dijon le week-end, en voiture. Une amie m'a conseillé de m'inscrire sur ce site. J'y suis d'abord venu pour faire des économies sur les frais d'essence et d'autoroute, que je couvre presque totalement en emmenant des passagers. J'en ai rarement moins de trois. La régularité de mes déplacements me permet d'ouvrir les réservations deux mois à l'avance. Mais le covoiturage m'a aussi permis de faire des rencontres sensationnelles. J'ai transporté plus de 500 passagers en deux ans. J'ai pour règle de toujours attendre mes covoitureurs, même lorsqu'ils sont en retard. J'ai de bons retours sur ma manière de conduire, un élément important pour créer la confiance.

Tous droits réservés à l'éditeur

Liaisons Sociales MAGAZINE
1 RUE EUGENE ET ARMAND PEUGEOT
92856 RUEIL MALMAISON CEDEX - 0 825 300 302

NOV 14
Mensuel
OJD : 17584

Surface approx. (cm²) : 4979
N° de page : 22-30

Hôtellerie

Guerre d'influence entre acteurs

La profession en appelle au respect des normes et de la fiscalité. //

Bienvenue à la maison », peut-on lire sur la page d'accueil d'Airbnb, la plate-forme de location d'appartements entre particuliers. Créé à San Francisco en 2008, le site star de l'économie collaborative a déjà permis à 20 millions de voyageurs de réserver un séjour dans l'un des 800000 logements à travers le monde. Et la France n'est pas en reste. Avec 100000 hébergements disponibles, dont 30000… pour la seule ville de Paris. À côté du rouleau compresseur américain, le site français Sejourning a plutôt l'allure d'un Petit Poucet. En trois ans d'existence, 10000 utilisateurs y sont passés. « Nous misons surtout sur notre nouvelle plate-forme, Misterbnb, qui s'adresse à la communauté gay et *gay-friendly* », indique François de Landes, cofondateur du site. Et pour cause. En un an, 10000 internautes ont utilisé ce service. Et l'entrepreneur se fait désormais draguer par des investisseurs californiens, prêts à placer plusieurs millions de dollars sur le projet.

INVESTISSEURS ALLÉCHÉS. En coulisses, une vraie guerre d'influence se joue entre les hôteliers, les métropoles, l'État et ces nouveaux trublions du tourisme. « Dix appartements loués sur Airbnb équivalent grosso modo à un hôtel de 15 chambres, soit cinq emplois, calcule le Lyonnais Laurent Duc, président de la branche de l'hôtellerie (Umih). C'est autant d'emplois que l'on perd et autant de cotisations salariales et patronales qui ne financent plus notre système de protection sociale », fustige l'hôtelier. La profession est d'autant plus remontée que des investisseurs n'hésitent plus à acheter des appartements pour les consacrer entièrement à la location sur Airbnb. Pour se défendre, l'Umih interpelle le législateur, mais aussi les grandes métropoles, qui voient s'évaporer une part de taxe de séjour. « La question a été résolue avec la loi Alur qui encadre la location touristique de courte durée. Les particuliers ne doivent pas dépasser quatre mois de location dans l'année. Et les propriétaires qui louent leur résidence secondaire doivent faire une déclaration de changement d'usage auprès de leur commune », tempère Nicolas Ferrary, le patron d'Airbnb en France. Anne-Catherine Péchinot, directrice générale de Gîtes de France, ne voit pas dans ces nouveaux acteurs de redoutables concurrents. « Nous proposons finalement le même service mais de façon plus professionnelle car nous labélisons les gîtes et professionnalisons nos adhérents. »

Du côté des groupes hôteliers, on ne semble pas non plus s'alarmer outre mesure. Chez Accor, on assure ainsi ne pas vouloir combattre le développement des services hôteliers alternatifs. « Dans la mesure où ils respectent les mêmes réglementations en matière de fiscalité, de normes de sécurité et d'accessibilité », précise néanmoins le groupe, qui n'a pas souhaité répondre davantage à nos questions.

Et c'est bien là que le bât blesse. Ni l'Inspection du travail ni la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) ne peuvent entrer chez les particuliers. « Ça ne les empêche pas de contrôler nos entreprises », pointe François de Landes, le DG de Sejourning. « La DGCCRF nous reproche de ne pas contrôler les annonces et les appartements mis en location. Mais le modèle des entreprises de l'économie collaborative repose sur des principes de réputation et de confiance entre les particuliers. C'est sa force et son originalité. »

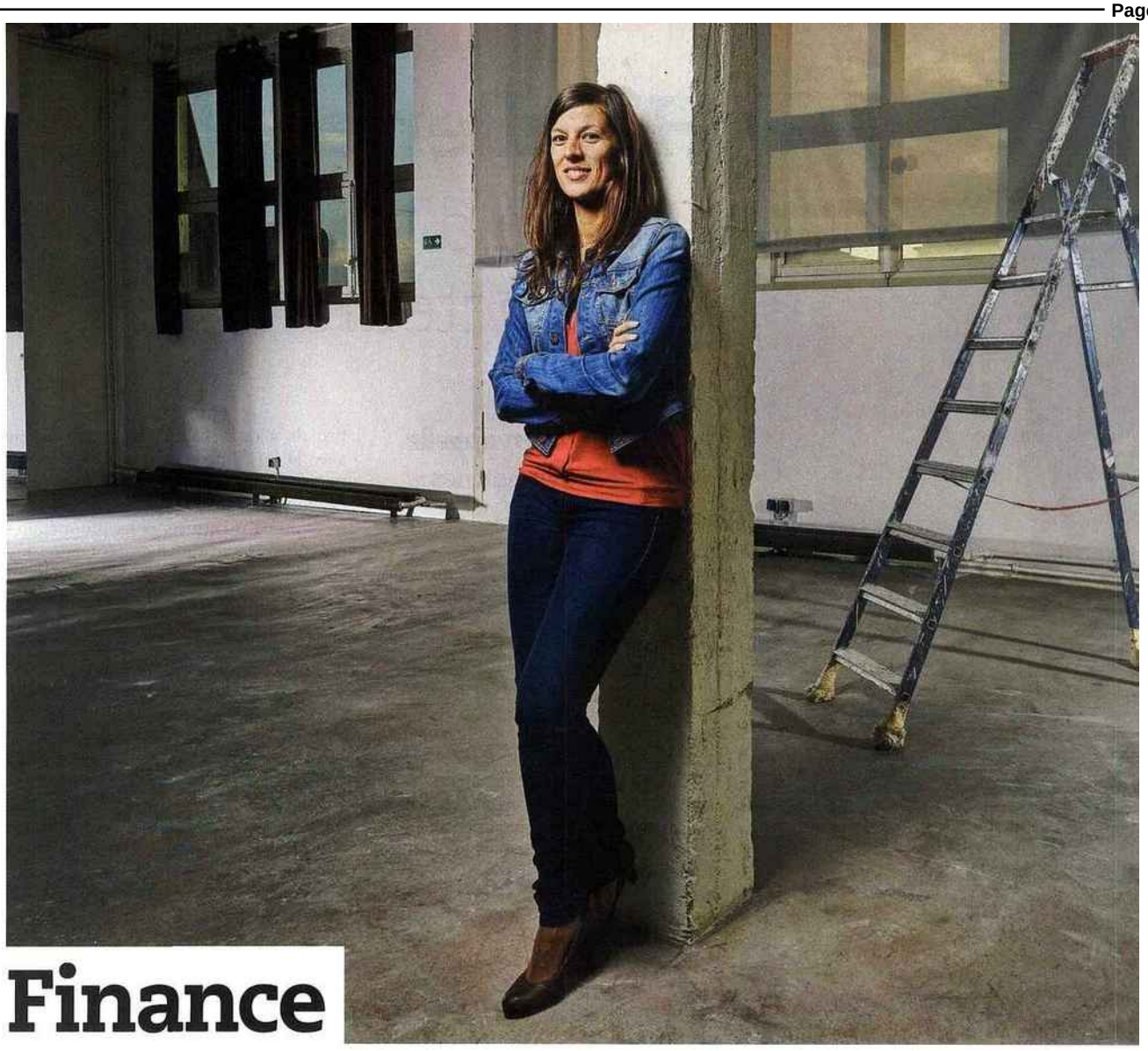
Pour montrer sa bonne volonté, la plate-forme française dit avoir proposé à la Ville de Paris de collecter la taxe de séjour auprès des particuliers pour ensuite la lui reverser. Son grand concurrent californien Airbnb milite de son côté pour la création d'un site Internet dédié, par ville concernée, sur lequel les particuliers iraient directement payer la taxe. La bataille ne fait que commencer. ◆ **A.-C. G.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Liaisons Sociales MAGAZINE
1 RUE EUGENE ET ARMAND PEUGEOT
92856 RUEIL MALMAISON CEDEX - 0 825 300 302

NOV 14
Mensuel
OJD : 17584

Surface approx. (cm²) : 4979
N° de page : 22-30



Finance

Un système participatif encadré

À côté des investissements et des dons, le crédit s'adosse aux banques. //

Le secteur de la finance n'échappe pas à la vague collaborative. Avec des plates-formes comme Ulule, KissKissBankBank ou MyMajorCompany, le particulier peut contribuer directement au financement d'un projet, sans passer par son banquier. « Mais inutile d'attendre de contrepartie financière sur ces plates-formes. Nous sommes bien dans un système participatif. Selon le niveau d'investissement du particulier, celui-ci aura droit, par exemple, à une invitation à l'avant-première d'un film qu'il a soutenu ou à une journée sur le tournage », explique Mathieu Maire du Poset, directeur général adjoint d'Ulule. En quatre ans, le site de *crowdfunding* a financé 6 000 projets à hauteur de 20 millions d'euros.

TIERS DE CONFIANCE. Même le crédit devient participatif. Créée il y a deux ans et demi, la plate-forme Prêt d'union a déjà financé 100 millions d'euros de crédits. Le principe est simple : mettre en relation des particuliers « emprunteurs » et des investisseurs « prêteurs » qui peuvent, eux, être des individus, des entreprises ou des fondations. « Nous jouons le rôle de tiers de confiance, explique Charles Egly, le cofondateur. Nous devons donc nous montrer plus exigeants qu'un acteur traditionnel sur les critères d'acceptation d'un crédit. » En clair, le particulier doit montrer patte blanche avec la copie de son contrat de travail à durée indéterminée et ses relevés de compte bancaire… L'intérimaire, l'autoentrepreneur ou le salarié en CDD sont, de fait, écartés de ces plates-formes.

Pour le moment, l'arrivée de ces nouveaux venus n'inquiète pas les acteurs tradition-

Tous droits réservés à l'éditeur

Liaisons Sociales MAGAZINE
1 RUE EUGENE ET ARMAND PEUGEOT
92856 RUEIL MALMAISON CEDEX - 0 825 300 302

NOV 14
Mensuel
OJD : 17584

Surface approx. (cm²) : 4979
N° de page : 22-30

Jobbing

Petits boulots et prestations bradées

Artisans et services aux particuliers sont soumis à rude concurrence. //

Frizbiz, YoupiJob, Jemepropose, FamiHero, Onbooje, Yooneed... La liste des sites de jobbing qui permettent à tout un chacun de proposer ses compétences aux voisins du quartier n'en finit pas de s'allonger. Ringarde, la petite annonce scotchée sur la vitrine du boulanger. Désormais, tout se passe sur la Toile. La promesse des sites est claire : dénicher rapidement et près de chez vous la perle rare. « On s'engage à trouver en vingt minutes une baby-sitter, dont nous aurons vérifié l'identité », explique Swann Robbes, cofondatrice de FamiHero, une plate-forme qui se développe dans les services à la famille. Pour le seul mois de septembre, le site a reçu 15 000 CV. YoupiJob affichait, lui, en octobre, un vivier de quelque 80 000 jobbers.

RISQUES DE TRAVAIL AU NOIR. En quelques mois, ces nouveaux acteurs sont devenus le paradis des petits boulots pour étudiants. Mais aussi celui des auto-entrepreneurs en quête de visibilité, des salariés à temps partiel, des retraités désireux de mettre du beurre dans les épinards. Ils sont aussi devenus le cauchemar de secteurs aussi différents que les services à la personne, la communication ou l'artisanat. Car, à côté des petits jobs, d'autres offres d'emploi émergent. Et elles concernent des métiers à forte valeur ajoutée comme ceux du Web, de l'informatique, de la communication. Sur 5euros.com, Pauline vous propose ainsi d'établir un plan de communication Web pour 5 euros ! Mêmes prix cassés dans les métiers de l'artisanat. Sur le site Jemepropose, vous pouvez trouver une coupe de cheveux à 10 euros, couleur comprise !
Des prestations bradées, au vu des compétences qu'elles requièrent, qui flirtent au mieux avec le smic, fixé à 9,53 euros brut l'heure. Car l'autre promesse de ces plates-formes est de vous aider à faire de substantielles économies. De quoi faire hurler les entreprises de la Fédération du service aux particuliers, qui pointent les risques de travail au noir. Ou encore la Fédération des particuliers employeurs qui, sans vouloir brider le développement de l'emploi direct (qui a perdu 16 500 emplois en équivalent temps plein en 2013), craint que ces sites ne participent à la déprofessionnalisation du secteur.
Pour gagner la confiance des acteurs traditionnels, certaines plates-formes se font fort de rester dans les clous de la légalité. « Nous nous sommes positionnés dès le début sur un service 100 % légal. Nous collaborons avec le Cesu Urssaf pour proposer une solution de paiement en ligne », explique ainsi Swann Robbes, de FamiHero. Frizbiz multiplie sur son site les informations sur les obligations des particuliers employeurs, comme celles des jobbers vis-à-vis de l'Urssaf ou des impôts.
Du côté des artisans, le réveil est récent. La Capeb, pour les artisans du bâtiment, avoue ne pas encore avoir planché sur le sujet. De son côté, l'Assemblée permanente des chambres de métiers et de l'artisanat a choisi de se battre sur le champ des réseaux sociaux. Mi-septembre, elle lançait l'application Inter-Artisans, qui permet de localiser des professionnels près de chez vous, avec l'assurance qu'ils sont inscrits au registre des métiers et que la prestation sera couverte par une garantie. ◆ A.-C. G.

"Je me sens concernée"

JENNIFER LEBLOND,
contributrice sur la plate-forme Ulule

J'ai choisi d'aider le projet du Tank, dans le quartier de la Bastille, parce que je me sens concernée. Je suis consultante free-lance. Ce bel endroit réinvente les espaces de *coworking* tels que je les connais. J'ai déjà financé une vingtaine de projets sur plusieurs plates-formes. Le financement participatif est hypervertueux. Même si je ne mets que 10 euros, je sais qu'ils auront un impact fort. C'est aussi ultracommunautaire. Je connais les porteurs des projets que je supporte. Quand j'ai pu visiter Le Tank en avant-première, je me suis sentie reconnue de façon exceptionnelle.

nels. Le secteur, extrêmement réglementé, oblige ces intermédiaires à s'adosser à des établissements ayant un agrément bancaire. Certains y mettent même des billes et cherchent la complémentarité. Crédit mutuel Arkéa et AG2R La Mondiale siègent, par exemple, au conseil d'administration de Prêt d'union, quand BNP Paribas est partenaire d'Ulule. « Nous sommes une usine pour des projets qui auront peut-être besoin de financements plus importants », décrypte Mathieu Maire du Poset. « Pour nos partenaires, la finance participative, c'est un peu un retour aux sources de l'esprit mutualiste », ajoute Charles Egly. ◆ A.-C. G.

800 euros
C'est le complément de salaire moyen d'un jobeur très actif sur le site YoupiJob.

41 %
des jobeurs sont des hommes actifs.

Source : YoupiJob.

Tous droits réservés à l'éditeur

Liaisons Sociales MAGAZINE
1 RUE EUGENE ET ARMAND PEUGEOT
92856 RUEIL MALMAISON CEDEX - 0 825 300 302

NOV 14
Mensuel
OJD : 17584

Surface approx. (cm²) : 4979
N° de page : 22-30

Bricolage

Les enseignes emboîtent le pas des plates-formes de partage

Des partenariats ont vu le jour entre sites et loueurs ou distributeurs. //

Enseignes de bricolage et loueurs professionnels l'ont longtemps toisé. Mais la situation a bien changé pour le site de partage en ligne Zilok. Normal. Il revendique 300 000 visiteurs par mois et 200 000 objets loués entre particuliers ou pros. De quoi obliger les acteurs à composer avec ce nouveau venu, sur lequel les outils «brico» sont les plus demandés. À l'instar de la décolleuse à papier peint, qui s'emprunte pour 5 euros la journée entre particuliers. Les loueurs professionnels ont beau proposer ce type de matériel quatre fois plus cher, ils investissent ces sites. Dans le cadre de partenariats avec Zilok et e-loue.com, Loxam en profite par exemple pour diffuser ses offres susceptibles d'attirer les bricoleurs du dimanche les plus exigeants. Car les loueurs gardent une longueur d'avance sur la qualité de leur matériel. «Si demain des filières ou des enseignes développent la réparation de l'outillage, ce qui le rendrait plus durable, on pourra aller plus loin dans le partage», estime Aurélien Caquel, responsable de Zilok.com. «La concurrence se joue plutôt avec les grandes surfaces de bricolage», note Bertrand Lefèvre, directeur commercial et marketing de Kiloutou. L'enseigne de location est d'autant plus épargnée que, depuis dix ans, elle a réorienté son activité vers les professionnels du BTP. Du côté des distributeurs, le sujet intéresse. Pour la directrice stratégie de Castorama, Hélène Leroux, la location de matériel entre particuliers «aura certainement un impact dans les prochaines années». Mais pour l'instant, on tâtonne. Dans trois magasins, Leroy Merlin incite ses clients à la location ou à l'emprunt de matériel sur Zilok pour pousser à l'achat. Dans trois autres, il propose la location gratuite d'outillage pendant deux jours. Castorama n'en est pas là. Mais, intéressée par la digitalisation de son offre de services de pose, l'enseigne s'est rapprochée de MesDépanneurs.fr, start-up qui met en relation des particuliers avec des réparateurs d'urgence. ◆ **C.A.**

La Louve, supermarché coopératif en gestation

Imaginez un supermarché où les salariés seraient des bénévoles, où le prix des produits, respectueux de l'environnement, permettrait de se nourrir correctement et pour pas cher, où les investisseurs seraient tous coopérateurs. Douce utopie ? Plus vraiment. La coopérative alimentaire La Louve vient de lancer sa première campagne de financement. Objectif : réunir 100 000 à 200 000 euros pour ouvrir en octobre 2015 dans le 18e arrondissement de Paris ce supermarché participatif. «Nous travaillons avec la coopérative de Park Slope, à Brooklyn, dont nous nous sommes totalement inspirés», explique Tom Boothe, cofondateur. L'idée lui est venue il y a cinq ans lorsqu'il découvre cette coopérative américaine créée en… 1970. Elle réunit aujourd'hui 15 000 membres autorisés à venir y faire leurs courses contre un peu de leur temps. Chacun consacre à Park Slope trois heures par mois et se transforme en caissier, employé de bureau, hôte d'accueil, responsable du stockage des produits ou du nettoyage du magasin. Face à son succès, la coopérative propose aussi à ses bénévoles venus travailler une garderie pour leurs enfants, un journal qui les tient informés, mais aussi un service de compostage de déchets biodégradables… «Notre ambition pour La Louve est de réunir 2 000 à 3 000 membres, indique Tom Boothe. Pour venir y faire ses courses, l'investissement sera d'environ 100 euros. Mais ce tarif est dégressif en fonction de la situation sociale de nos membres. Nous ne voulons exclure personne.» Pour faire tourner la coopérative, une petite équipe de salariés fera le lien entre les bénévoles. «C'est comme si une entreprise renouvelait toutes les trois heures la totalité de ses salariés.» Ce cinéaste et œnologue américain a bataillé plusieurs mois pour voir son projet sortir de terre. «Dès qu'on parle bénévolat, l'administration française se montre très vigilante à ce que ce ne soit pas du travail dissimulé. Et c'est normal.» L'homme a bon espoir. Car s'il n'existe pas de précédent dans le domaine de la distribution, le modèle des crèches parentales se rapproche de celui de La Louve. Rendez-vous dans un an. **A.-C.G.**

Avant l'ouverture de la coopérative, ses membres expérimentent un groupement d'achats.

Franck Sainmont

JOBINTREE
2233291400503/GTA/OTO/3

Tous droits réservés à l'éditeur